

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BULAN KESEHATAN GIGI NASIONAL 2013
TERHADAP *BRAND IMAGE* PEPSODENT DI
SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Elvira Vanda Utomo
NRP. 1423011039

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2014**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini, saya:

nama : Elvira Vanda Utomo

NRP : 1423011039

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Bulan Kesehatan Gigi Nasional 2013 terhadap *Brand Image* Pepsodent di Surabaya

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 20 September 2014

Penulis



Elvira Vanda Utomo

NRP. 1423011039

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BULAN KESEHATAN GIGI NASIONAL 2013 TERHADAP *BRAND IMAGE* PEPSODENT DI SURABAYA

Oleh:

Elvira Vanda Utomo

NRP. 1423011039

Proposal skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK. 142.09.0645

()

Pembimbing II : Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si

NIK. 142.10.0661

()

Surabaya, 20 September 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada: 25 September 2014.

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji,

1. Ketua: Ignatius Rys Deddy A., S.Sos., M.Si.

NIK. 142.10.0378

2. Sekretaris: Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si.

NIK. 142.10.0661

3. Anggota: Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK. 142.09.0645

4. Anggota: Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (

NIK. 142.10.0651

([Signature])

([Signature])

([Signature])

([Signature])

**HALAMAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

nama : Elvira Vanda Utomo

NRP : 1423011039

menyetujui skripsi/karya ilmiah saya:

judul :

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BULAN
KESEHATAN GIGI NASIONAL 2013 TERHADAP *BRAND IMAGE*
PEPSODENT DI SURABAYA**

untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 September 2014

Yang Menyatakan,



Elvira Vanda Utomo

KATA PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua dan adik semata wayang yang telah senantiasa memberikan semangat, *support*, bantuan, doa, dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan tulisan skripsi ini dengan baik dan lancar. Papa, Mama, Vinson, *Thank you so much... You are my everything...*

Life is a Precious Gift. Use your days wisely.

- *Unknown* -

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan YME dan Para Budha yang telah senantiasa menyertai, memberkati, dan memberi pencerahan pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar pada semua pihak yang telah turut membantu hingga tulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin memberi ucapan terima kasih dan apresiasi kepada:

1. Kedua orang tua penulis, papa dan mama, terima kasih atas doa, *support*, semangat dan motivasi yang selalu kalian berikan. Tanpa dorongan semangat dari papa dan mama, penulis tidak mungkin bisa sampai di tahap seperti sekarang. *I love you...*
2. Adik tercinta, Vinson Vanda Utomo, terima kasih atas *support*, pengertian, motivasi, kesabaran dan bantuan yang begitu besar. *Thank you so much...*
3. Bu Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom. selaku pembimbing I penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala *support*, perhatian, bimbingan, kesabaran, semangat dan bantuan yang telah diberikan pada penulis.
4. Bu Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si. selaku pembimbing II penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala saran, arahan, bimbingan, wawasan, kesabaran, semangat dan *support* yang diberikan pada penulis.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan staf tata usaha yang sudah turut membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Bu Yuli Nugraheni selaku Dekan, Pak Fins, Pak Deddy, Bu Intan, Bu Anas, Bu Vena, Bu Tina dan Pak Jati, terima kasih atas bantuan dan semangatnya.
6. Ce Jessica “Tjiong” 2010. Terima kasih atas semangat, saran, pinjaman buku, dan *support* yang diberikan pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan skripsi ini dengan baik.
7. Mega Liman, terima kasih atas bantuan “tumpangan kos”, semangat, motivasi, *support*, asupan gizi, dan *laptop*-nya ya... Jasamu tak akan pernah kulupakan seumur hidupku, Me. *Love you and God bless you always (again)...*

8. Teman-teman FIKOMERS 2011 seperjuangan suka dan duka: Maris, Vege-Kepcuk, Nessa. Berjuang sampai titik akhir. Tetap semangat, *guys*!
9. Teman-teman FIKOMERS lainnya: Julie Angelina, Puspita-pitti, Barreta “Suci”, Veve-Thena, Grace Juned, Evelyn, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas semuanya... Kalian semua adalah teman-teman terbaik....

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini pasti tak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila ada kata-kata yang kurang tepat dan kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga terbuka dengan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, September 2014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Tujuan Penelitian	5
I.4. Batasan Masalah	5
I.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Kerangka Teori	8
II.1.1. <i>Marketing Public Relations</i>	8
II.1.2. Iklan Layanan Masyarakat	10
II.1.3. <i>Brand Image</i>	13

II.2. Nisbah Antar Konsep	17
II.3. Bagan Kerangka Konseptual	20
II.4. Hipotesis	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	22
III.1. Jenis Penelitian	22
III.2. Metode Penelitian	22
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	22
III.4. Definisi Konseptual	23
III.5. Definisi Operasional	24
III.6. Populasi dan Sampel	27
III.7. Teknik Penarikan Sampel	28
III.8. Teknik Pengumpulan Data	30
III.9. Teknik Analisis Data	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	35
IV.1.1. Sejarah PT Unilever Indonesia	35
IV.1.2. Profil Pepsodent dan BKGN	39
IV.1.3. Iklan BKGN 2013	40
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
IV.2.1. Uji Validitas	44
IV.2.2. Uji Reliabilitas	49
IV.3. Temuan data dan Pembahasan	51
IV.3.1. Deskripsi Frekuensi	51
IV.3.2. Kategori Data berdasarkan Interval Kelas	64
IV.3.3. Analisis Tabulasi Silang	72
IV.3.4. Uji Korelasi	140
IV.3.5. Uji Hipotesis	143

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	144
V.1. Kesimpulan	144
V.2. Saran	145
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1. Tayangan iklan BKGN 2013	42
Gambar IV.2. <i>Slide</i> penutup iklan BKGN 2013	43

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Hasil Uji Validitas untuk ILM	44
Tabel IV.2. Hasil Uji Validitas untuk <i>Brand image</i>	48
Tabel IV.3. Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel IV.4. Usia Responden	51
Tabel IV.5. Jenis Kelamin Responden	53
Tabel IV.6. Tingkat Pendidikan Responden	53
Tabel IV.7. Tingkat Pendapatan Responden	54
Tabel IV.8. Sudah pernah melihat iklan BKGN 2013?	55
Tabel IV.9. Wilayah Tinggal Responden	55
Tabel IV.10. Deskripsi Frekuensi Jawaban untuk ILM	56
Tabel IV.11. Deskripsi Frekuensi Jawaban untuk <i>Brand Image</i>	61
Tabel IV.12. Interval Kelas untuk ILM	64
Tabel IV.13. Interval Kelas untuk <i>Brand Image</i>	65
Tabel IV.14. Kategori kelas elemen <i>Heard Word</i>	65
Tabel IV.15. Kategori kelas elemen <i>Seen Word</i>	66
Tabel IV.16. Kategori kelas elemen <i>Music</i>	66
Tabel IV.17. Kategori kelas elemen <i>Picture</i>	67
Tabel IV.18. Kategori kelas elemen <i>Colour</i>	67
Tabel IV.19. Kategori kelas elemen <i>Movement</i>	68
Tabel IV.20. Kategori kelas variabel ILM	68
Tabel IV.21. Kategori kelas elemen <i>Favorability</i>	69
Tabel IV.22. Kategori kelas elemen <i>Strength</i>	70
Tabel IV.23. Kategori kelas elemen <i>Uniqueness</i>	70
Tabel IV.24. Kategori kelas variabel <i>Brand Image</i>	71
Tabel IV.25. Tabulasi Silang Usia* <i>Heard Word</i>	72

Tabel IV.26. Tabulasi Silang Usia * <i>Seen Word</i>	73
Tabel IV.27. Tabulasi Silang Usia * <i>Music</i>	74
Tabel IV.28. Tabulasi Silang Usia * <i>Picture</i>	75
Tabel IV.29. Tabulasi Silang Usia * <i>Colour</i>	76
Tabel IV.30. Tabulasi Silang Usia * <i>Movement</i>	77
Tabel IV.31. Tabulasi Silang Usia * ILM	78
Tabel IV.32. Tabulasi Silang Jenis Kelamin * <i>Heard Word</i>	79
Tabel IV.33. Tabulasi Silang Jenis Kelamin * <i>Seen Word</i>	80
Tabel IV.34. Tabulasi Silang Jenis Kelamin * <i>Music</i>	80
Tabel IV.35. Tabulasi Silang Jenis Kelamin * <i>Picture</i>	81
Tabel IV.36. Tabulasi Silang Jenis Kelamin * <i>Colour</i>	81
Tabel IV.37. Tabulasi Silang Jenis Kelamin * <i>Movement</i>	82
Tabel IV.38. Tabulasi Silang Jenis Kelamin*ILM	83
Tabel IV.39. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Heard Word</i>	83
Tabel IV.40. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Seen Word</i>	84
Tabel IV.41. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Music</i>	85
Tabel IV.42. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Picture</i>	85
Tabel IV.43. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Colour</i>	86
Tabel IV.44. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Movement</i>	86
Tabel IV.45. Tabulasi Silang Pendidikan*ILM	87
Tabel IV.46. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Heard Word</i>	88
Tabel IV.47. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Seen Word</i>	88
Tabel IV.48. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Music</i>	89
Tabel IV.49. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Picture</i>	90
Tabel IV.50. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Colour</i>	90
Tabel IV.51. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Movement</i>	91
Tabel IV.52. Tabulasi Silang Pendapatan*ILM	92

Tabel IV.53. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Heard Word</i>	93
Tabel IV.54. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Seen Word</i>	93
Tabel IV.55. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Music</i>	94
Tabel IV.56. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Picture</i>	94
Tabel IV.57. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Colour</i>	95
Tabel IV.58. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Movement</i>	95
Tabel IV.59. Tabulasi Silang Wilayah* <i>ILM</i>	96
Tabel IV.60. Tabulasi Silang Usia* <i>Favorability</i>	97
Tabel IV.61. Tabulasi Silang Usia* <i>Strength</i>	98
Tabel IV.62. Tabulasi Silang Usia* <i>Uniqueness</i>	99
Tabel IV.63. Tabulasi Silang Usia* <i>Brand Image</i>	100
Tabel IV.64. Tabulasi Silang Jenis Kelamin* <i>Favorability</i>	101
Tabel IV.65. Tabulasi Silang Jenis Kelamin* <i>Strength</i>	102
Tabel IV.66. Tabulasi Silang Jenis Kelamin* <i>Uniqueness</i>	102
Tabel IV.67. Tabulasi Silang Jenis Kelamin* <i>Brand Image</i>	103
Tabel IV.68. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Favorability</i>	104
Tabel IV.69. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Strength</i>	104
Tabel IV.70. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Uniqueness</i>	105
Tabel IV.71. Tabulasi Silang Pendidikan* <i>Brand Image</i>	106
Tabel IV.72. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Favorability</i>	107
Tabel IV.73. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Strength</i>	107
Tabel IV.74. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Uniqueness</i>	108
Tabel IV.75. Tabulasi Silang Pendapatan* <i>Brand Image</i>	109
Tabel IV.76. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Favorability</i>	110
Tabel IV.77. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Strength</i>	111
Tabel IV.78. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Uniqueness</i>	111
Tabel IV.79. Tabulasi Silang Wilayah* <i>Brand Image</i>	112

Tabel IV.80. Tabulasi Silang <i>Heard Word * Favorability</i>	113
Tabel IV.81. Tabulasi Silang <i>Heard Word * Strength</i>	114
Tabel IV.82. Tabulasi Silang <i>Heard Word * Uniqueness</i>	114
Tabel IV.83. Tabulasi Silang <i>Heard Word * Brand Image</i>	115
Tabel IV.84. Tabulasi Silang <i>Seen Word * Favorability</i>	117
Tabel IV.85. Tabulasi Silang <i>Seen Word * Strength</i>	118
Tabel IV.86. Tabulasi Silang <i>Seen Word * Uniqueness</i>	118
Tabel IV.87. Tabulasi Silang <i>Seen Word * Brand Image</i>	119
Tabel IV.88. Tabulasi Silang <i>Music * Favorability</i>	120
Tabel IV.89. Tabulasi Silang <i>Music * Strength</i>	121
Tabel IV.90. Tabulasi Silang <i>Music * Uniqueness</i>	122
Tabel IV.91. Tabulasi Silang <i>Music * Brand Image</i>	122
Tabel IV.92. Tabulasi Silang <i>Picture * Favorability</i>	124
Tabel IV.93. Tabulasi Silang <i>Picture * Strength</i>	125
Tabel IV.94. Tabulasi Silang <i>Picture * Uniqueness</i>	126
Tabel IV.95. Tabulasi Silang <i>Picture * Brand Image</i>	127
Tabel IV.96. Tabulasi Silang <i>Colour * Favorability</i>	129
Tabel IV.97. Tabulasi Silang <i>Colour * Strength</i>	129
Tabel IV.98. Tabulasi Silang <i>Colour * Uniqueness</i>	130
Tabel IV.99. Tabulasi Silang <i>Colour * Brand Image</i>	131
Tabel IV.100. Tabulasi Silang <i>Movement * Favorability</i>	132
Tabel IV.101. Tabulasi Silang <i>Movement * Strength</i>	133
Tabel IV.102. Tabulasi Silang <i>Movement * Uniqueness</i>	133
Tabel IV.103. Tabulasi Silang <i>Movement * Brand Image</i>	134
Tabel IV.104. Tabulasi Silang <i>ILM * Favorability</i>	136
Tabel IV.105. Tabulasi Silang <i>ILM * Strength</i>	137
Tabel IV.106. Tabulasi Silang <i>ILM * Uniqueness</i>	138

Tabel IV.107. Tabulasi Silang ILM * *Brand Image* 139

Tabel IV.108. Hasil Uji Korelasi ILM dan *Brand Image* 140

Tabel IV.109. Korelasi indikator ILM terhadap *Brand Image* 141

DAFTAR DIAGRAM

Diagram Batang IV.1. Usia Responden	52
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner	150
Lampiran 2. Data Koding	155
Lampiran 3. Tabel T	161

ABSTRAK

Elvira Vanda Utomo, NRP. 1423011039, Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Bulan Kesehatan Gigi Nasional 2013 terhadap *Brand Image* Pepsodent di Surabaya, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) 2013 terhadap *brand image* Pepsodent di Surabaya. Kajian dalam penelitian ini menggunakan kajian dalam bidang *Marketing Public Relations*. *Marketing Public Relations* bertujuan untuk mengelola *brand image*. Ada berbagai *tools* yang bisa digunakan untuk mengelola *brand image*, salah satunya adalah dengan ILM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, artinya menjelaskan pengaruh atau hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei, dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang masyarakat Surabaya yang terbagi rata sesuai proporsi banyak penduduk yang ada di masing-masing wilayah Surabaya Utara, Pusat, Timur, Barat, dan Selatan.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa memang benar terdapat pengaruh antara Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) 2013 terhadap *brand image* Pepsodent di Surabaya. Hubungan korelasi yang terjadi antara keduanya kuat dengan nilai korelasi yang tinggi. Pengaruh variabel X (ILM) terhadap variabel Y (*brand image*) adalah pengaruh positif. Elemen dalam ILM yang paling berpengaruh terhadap *brand image* adalah elemen *seen word*. Sedangkan elemen yang paling tidak berpengaruh yaitu elemen *picture*.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, *Brand Image*, Bulan Kesehatan Gigi Nasional, Pepsodent, *Marketing Public Relations*.

ABSTRACT

Elvira Vanda Utomo, NRP. 1423011039, The Influence of Public Service Advertisement Bulan Kesehatan Gigi Nasional 2013 against the Pepsodent's Brand Image in Surabaya, Faculty of Communication Sciences Widya Mandala Catholic University Surabaya, 2014.

This research aims to know the influence of Public Service Advertisement (PSA) Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) 2013 against the Pepsodent's brand image in Surabaya. The study in this research use the fields of study of Marketing Public Relations. Marketing Public Relations aims to manage brand image. There are various tools that can be used to manage the brand image, one of which was with PSA.

This research uses a quantitative approach and the type of explanative research, it means this research explain the influence or causal relationships between two variables through hypothesis testing. The methods used in this research is survey method, by taking sample as many as 100 people (society) of Surabaya according to the proportion of many residents in each area of Surabaya Central, North, East, West, and South.

The results of this research proves that it is true there are influences between Public Service Advertisement (PSA) Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) 2013 against the Pepsodent's brand image in Surabaya. The correlation relationship between both is strong with a high correlation value. The influence of variable X (PSA) against the variable Y (brand image) is a positive influence. The most influential of PSA's element to the brand image is seen word. While the element do not affect to the brand image is picture.

Keywords: Public Service Advertisement, Brand Image, Bulan Kesehatan Gigi Nasional, Pepsodent, Marketing Public Relations.